

# Loyaliteit en tevredenheid : een studie naar de relatie tussen merktrouw en consumententevredenheid

Citation for published version (APA):

Bloemer, J. M. M. (1993). *Loyaliteit en tevredenheid : een studie naar de relatie tussen merktrouw en consumententevredenheid*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Datawyse / Universitaire Pers Maastricht. <https://doi.org/10.26481/dis.19930519jb>

## Document status and date:

Published: 01/01/1993

## DOI:

[10.26481/dis.19930519jb](https://doi.org/10.26481/dis.19930519jb)

## Document Version:

Publisher's PDF, also known as Version of record

## Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

## General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

[www.umlib.nl/taverne-license](http://www.umlib.nl/taverne-license)

## Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

[repository@maastrichtuniversity.nl](mailto:repository@maastrichtuniversity.nl)

providing details and we will investigate your claim.

Download date: 05 May. 2023

**STELLINGEN**

behorende bij het proefschrift

**Loyaliteit en Tevredenheid**

door

**José Bloemer**

- 1 Hoewel vrij algemeen wordt aangenomen dat consumententevredenheid tot merktrouw leidt, geldt dit alleen in bijzondere gevallen (naar aanleiding van dit proefschrift).
- 2 Het inzicht, dat niet altijd een uitgebreide evaluatie aan de tevredenheid over de consumptie van een merk ten grondslag ligt, is nog onvoldoende doorgedrongen in de bestaande marketing- en consumentengedragsliteratuur (naar aanleiding van dit proefschrift).
- 3 Werkelijke trouw kan pas optreden wanneer de gelegenheid tot ontrouw bestaat (naar aanleiding dit proefschrift).
- 4 Het verschil tussen merktrouw en merkentrouw dient meer aandacht te krijgen, binnen de marketingtheorie en -praktijk, dan het verschil tussen enkelvoud en meervoud, in eerst instantie, doet vermoeden (naar aanleiding van dit proefschrift).
- 5 Een dienstverlenende organisatie kan pas daadwerkelijk dienstverlenend zijn voor de klant, als zij dit op de eerste plaats is voor het eigen personeel.
- 6 Het onderscheid tussen avondmensen en ochtendmensen, tezamen met de grotere kans van slagen van avondmensen dan ochtendmensen bij een avondstudie, impliceert dat, vanuit een oogpunt van 'gelijke kansen voor iedereen', een universiteit naast deeltijd avondonderwijs ook deeltijd ochtendonderwijs zou moeten bieden.
- 7 De invloed van een overleden ouder op de ontwikkeling van een kind mag niet worden onderschat.
- 8 Het verdient aanbeveling de uitdrukking 'Ausländer raus' zowel in woord als in daad uit te bannen.
- 9 Het wegvallen van de geografische grenzen in Europa vormt geen garantie dat de sociaal-psychologische grenzen tevens worden opgeheven.
- 10 De aanduiding spaarlampen is misleidend omdat noch het milieu, noch de portemonnaie, door deze lampen vanzelfsprekend worden gespaard.

*Maastricht, 19 mei 1993*

## ERRATUM

pagina 17, laatste regel dient te worden gelezen als: "Dit is gebeurd op basis van in de internationale literatuur gepubliceerde studies. Aanvankelijk was het de bedoeling"